

2023

ESTRATÈGIA DE TURISME SOSTENIBLE


Barcelona
Turisme



Contenido

| | |
|---|----|
| 1. Context | 3 |
| 1.1. Estratègia – Eixos i ODS | 3 |
| 1.2 Compromís per la Sostenibilitat Turística Barcelona Biosphere | 5 |
| 1.3 Declaració de Glasgow 2021 | 5 |
| 2. Horitzó i Aliances | 7 |
| 2.1 Missió, visió i valors | 7 |
| 2.2. Aliances | 8 |
| 3. Pla de Sostenibilitat- Objectius | 13 |
| 4. Pla de Sostenibilitat- Accions | 16 |
| 5. Pla de sostenibilitat- vinculació al pla de Glasgow | 21 |
| 6. Aplicació del Pla de Sostenibilitat - Sistema de seguiment i avaluació | 24 |
| Annexos | 26 |
| Annex 1. Pla de Sostenibilitat- vinculació dels ODS a les accions | 26 |
| Annex 2. Taula d'indicadors | 29 |

1. Context

1.1. Estratègia – Eixos i ODS

L'objectiu d'aquesta Estratègia és posar les bases del compromís de Turisme de Barcelona en un model basat en la millora de la capacitat competitiva i rendibilitat del sistema econòmic del turisme, en els valors naturals i culturals de la destinació, i, en la distribució equitativa dels beneficis i les càrregues del turisme.

L'estratègia incorpora un pla de treball amb 16 objectius i 48 accions a desenvolupar en el marc temporal 2023-2025 que marquen el compromís del **Consorci de Turisme de Barcelona** per promoure el turisme sostenible com un sistema complex en que es fonen visitants, població resident i territori amb un plantejament integrador.

El document s'articula sobre els tres eixos del desenvolupament sostenible

- sostenibilitat ambiental
- sostenibilitat econòmica
- sostenibilitat sociocultural

El objectius definits s'enquadren en el Pla Estratègic Municipal de Turisme de l'Ajuntament de Barcelona que inclou programes i plans d'acció per orientar la promoció de la ciutat, regular la gestió dels diversos efectes de l'activitat turística i estimular el retorn generat per l'economia dels visitants. L'Ajuntament de Barcelona ha promulgat diversos plans, acords i mesures de govern que s'han tingut en compte per a la determinació de les accions com per exemple:

- Pla Clima 2018-2030
- Estratègia de Mobilitat Turística de Barcelona
- Creació de nous imaginaris i continguts per a la millora de la mobilitat i sostenibilitat turística
- Estratègia de Màrqueting Turístic de la Destinació Barcelona (EMTDB)
- Programa Barcelona Districte Internacional
- Mesura de governs per l'Impuls de l'Economia Blava a Barcelona

El 25 de setembre de 2015, l'Assemblea General de les Nacions unides va aprovar l'Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible, juntament amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible, un marc que inclou 17 objectius i 169 metes, amb els quals els estats, la societat civil

i el sector privat poden orientar i mesurar els seus aportaments al desenvolupament sostenible amb vista a 2030.

Cada una de les accions que detalla la present Estratègia busca avançar en la consecució dels Objectius del Desenvolupament Sostenible, la relació entre accions i ODS es detalla a l'annex 1 d'aquest document.



IL·LUSTRACIÓ 1. OBJECTIUS DE DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE (FONT: ONU)

La Responsabilitat Social Corporativa és un altre element vertebrador de les accions del Consorci de Turisme de Barcelona.

El Consorci es compromet a crear entorns lliures de discriminació i treballar per la igualtat de gènere. Per fer això possible, s'ha dut a terme El Pla d'acció d'igualtat d'oportunitats entre homes i dones 2021 -2025, que estableix accions per corregir els possibles desequilibris, per prevenir desigualtats i per garantir l'aplicació del principi d'igualtat d'oportunitats en tots els processos de l'empresa.

També és un compromís motivar i formar les persones treballadores sobre els principis del Turisme Responsable, a promoure les bones pràctiques mediambientals i a informar sobre els avenços i actuacions mediambientals de l'empresa.

1.2 Compromís per la Sostenibilitat Turística Barcelona Biosphere

El Consorci de Turisme de Barcelona, l'Ajuntament de Barcelona i la Cambra de Comerç de Barcelona promouen i cogestionen ***el Compromís per la Sostenibilitat Turística Barcelona Biosphere (CSTBB)***.

Barcelona va esdevenir la primera ciutat del món amb la certificació Biosphere World Class Destination, atorgada l'any 2011 per l'*Instituto de Turismo Responsable* d'acord amb els criteris del *Global Sustainable Tourism Council*. Aquesta certificació, renovada anualment, ha proporcionat un reconeixement a la ciutat de Barcelona com a destinació turística sostenible i responsable.

Des de l'any 2018 s'ofereix a les empreses i entitats del sistema turístic de Barcelona la possibilitat d'adherir-se a un distintiu que reconeix aquelles que aposten per una gestió responsable del medi ambient, la cultura, les condicions laborals, l'equitat de gènere i la rendibilitat social i econòmica

El procés d'adhesió culmina amb la Certificació Biosphere en sostenibilitat turística, atorgada per l'*Instituto de Turismo Responsable*. La certificació està íntegrament subvencionada per l'impost d'estada en establiments turístics .

Tota la implicació del projecte i la col·laboració publico-privada per portar-lo a terme, va fer que l'any 2022 Barcelona fos la primera *destinació* mundial en ser reconeguda amb la certificació ***Biosphere Platinum***.

1.3 Declaració de Glasgow 2021

L'any 2021 el Consorci de Turisme de Barcelona es va adherir com a *organització de suport* a la *Declaració de Glasgow* per a l'acció climàtica en el turisme en el marc de la COP26 de Nacions Unides. Això implica que el Consorci de Turisme de Barcelona es compromet a realitzar accions de promoció, suport, incentivació i formació dels seus membres i *stakeholders* per promoure la reducció de la petjada de carboni del sector.



El Consorci de Turisme de Barcelona treballa activament en el seu pla d'acció en les següents vies per alinear-se amb l'acció climàtica de la declaració:

- **Mesurament:** Mesurar i donar a conèixer les emissions relacionades amb els viatges i el turisme.
 - S'informa anualment a la memòria la mesura de la petjada de gasos d'efecte hivernacle de l'activitat del Consorci i la seva compensació.
 - Informe Petjada de carboni del Turisme a la ciutat de Barcelona redactat per Inèdit en el marc del Pla Estratègic de Turisme¹
- **Finançament:** Es proporciona a les parts interessades accés a eines i recursos necessaris per millorar les competències i abordar les mancances de coneixement.
 - Desenvolupament i gestió del *Compromís per la Sostenibilitat Turística Barcelona Biosphere* (CSTBB) i la Certificació Biosphere. Acció subvencionada per l'impost de estades en establiments turístics.
 - Realitzacions de campanyes a Turisme de Barcelona per orientar les accions de promoció amb el turisme sostenible i formacions gratuïtes amb persones expertes del sector.
- **Col·laboració:** Es garanteix que l'activitat turística contribueix a l'equilibri mediambiental, econòmic i social i tingui en compte a la població resident.
 - Treball de manera conjunta des de les institucions (Turisme de Barcelona, Cambra de Comerç, Ajuntament i Diputació) amb les entitats i empreses públiques i privades de la Regió per la gestió del Compromís per a la Sostenibilitat Turística Barcelona Biosphere.
 - Col·laboració amb les principals organitzacions mundials vinculades al turisme sostenible, així com *benchmarking* entre diferents ciutats.
 - Reconèixer bones pràctiques del sector així com promoure el *networking* entre entitats i empreses.
 - Reactivació i dinamització de la Taula de Sostenibilitat de l'empresa.
- **Descarbonització:** Determinació i compliment dels objectius alineats amb la ciència del clima per accelerar la descarbonització del turisme.
 - Augmentar la conscienciació i la comunicació entre turistes i visitants sobre els impactes ambientals del sector per ajudar a les persones a triar opcions de viatge i activitats turístiques sostenibles i de baix impacte.
 - Promoció en mercats propers i estades més llargues.
 - Creació i promoció de productes a la destinació amb baix impacte.

¹ Informe Petjada de Carboni del Turisme a la ciutat de Barcelona: <http://hdl.handle.net/11703/115214>

- Redacció de les bases d'un pla director de descarbonització del sector del turisme en l'horitzó 2050
- **Regeneració:** Es garanteix que l'activitat turística contribueix a l'equilibri mediambiental, econòmic i social i doni suport a la població resident. El turisme és un element que pot contribuir a recuperar o rehabilitar elements naturals, culturals, patrimonials o identitaris del territori; genera interrelacions directes entre la comunitat amfitriona i el visitant i facilita els processos d'aprenentatge, transformació o reflexió personal.
 - Accions de conscienciació al visitant de la petjada del turisme a la ciutat.
 - Promoció de la gastronomia local.
 - Promoció de la cultura local.

2. Horitzó i Aliances

2.1 Missió, visió i valors

A continuació és presenta la Missió, Visió i Valors de Turisme de Barcelona, recollits a l'apartat de la web corporativa del Consorci:

Missió

El Consorci de Turisme de Barcelona va ser creat l'any 1993 per l'Ajuntament de Barcelona, la Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona i la Fundació Barcelona Promoció, amb l'objectiu de promocionar el turisme a Barcelona.

La missió del Consorci Turisme de Barcelona és projectar, dinamitzar i posicionar Barcelona com a Destinació Turística Internacional a través del coneixement de la seva cultura i idiosincràsia a partir d'una oferta de valor afegit i d'acord amb uns criteris de segmentació de públics i interessos.

En la seva missió, Turisme de Barcelona actua com agent facilitador per fer excel·lir l'activitat al voltant de l'economia del visitant, mitjançant la projecció d'una destinació aspiracional i transformadora que ofereix uns valors que permeten poder viure i convida en un entornple de vida, sostenible, responsable, i compromès amb els criteris dels objectius de desenvolupament sostenible, tot reforçant la seva marca i propiciant la dinamització i el retorn, material i immaterial, generat pels visitants.

L'objectiu és repercutir l'economia del visitant al conjunt de la ciutadania i a l'economia de la ciutat i del seu radi d'influència.

- Treballar per construir reputació internacional de la Destinació, d'acord amb la marca Barcelona.
- Orientar el públic internacional per aprofitar el màxim la destinació.
- Captar esdeveniments de referència per generar activitat econòmica, dinamitzar sectors productius i crear benestar.
- Ajudar com agent facilitador a fer créixer els negocis d'acord amb les noves tendències.

Visió

La visió de Turisme és ser i actuar com a referent, nacional i internacional, en matèria de promoció i màrqueting al servei de l'economia i del sector turístic des dels valors de la sostenibilitat i l'entesa pública privada.

Valors

Els valors corporatius són els següents:

- *Compromís:* Per fer una societat més justa socialment, treballem amb el compromís social, econòmic i mediambiental participant i col·laborant amb totes les entitats i teixit social i econòmic tot promovent pràctiques RSC.
- *Qualitat:* Apliquem i treballem en base a criteris de qualitat en tota la nostra gestió tot garantint la sostenibilitat de la destinació.
- *Innovació:* Promovem la innovació i el progrés en matèria turística.
- *Visió holística:* Tenir una perspectiva global per assolir els objectius traçats i d'acord amb una determinada visió de la cultura i del territori en tot el seu abast.
- *Emprenedoria:* Actuem de plataforma de captació i enlairament de les iniciatives empresarials mitjançant acompanyament i assessorament en matèria de turisme i coneixement de màrqueting.
- *Coneixement:* La nostra experiència i coneixement permet fer reeixir nous projectes de negoci i mantenir alt el grau de fidelització.
- *Excel·lència i expertesa* en la gestió de l'empresa i en la prestació de serveis al visitant i captació de turisme de reunions i de lleure.

2.2. Aliances

El pla de sostenibilitat del Consorci vol impulsar accions i projectes de desenvolupament que impliquin directa o indirectament als diferents grups d'interès per reforçar polítiques sostenibles impulsades des de les administracions públiques a la ciutat.

Turisme de Barcelona forma part d'un sistema complex amb el qual es manté un diàleg permanent per fixar objectius











IL·LUSTRACIÓ 2 -GRUPS D'INTERÈS. PLA D'ACCIÓ SOCIAL CORPORATIVA DEL CONSORCI 2018

Per dissenyar aquesta estratègia s'ha posat especial atenció en els criteris que contribueixen a assolir els objectius de desenvolupament sostenible (ODS) de les Nacions Unides. Per tal d'aconseguir-ho, es treballa i col·labora amb diferents entitats internacionals i nacionals que treballen en l'objectiu comú de promoure un territori equilibrat i un turisme més sostenible.

| | | |
|--|---|---|
| <p>Global Sustainable Tourist Council (GSTC)</p> |  | <p>El GSTC gestiona els criteris GSTC, els estàndards mundials per a la sostenibilitat en viatges i turisme; i ofereix l'acreditació internacional per a organismes de certificació de turisme sostenible.</p> |
| <p>Xarxa d'Observatoris Sostenibles de la UNWTO (INSTO)</p> |  | <p>L'objectiu de INSTO és acompanyar i donar suport a la millora de la sostenibilitat i resiliència en l'activitat turística mitjançant els estudis i l'intercanvi de dades analítiques, per tal que els observatoris creïn una xarxa de col·laboradors que beneficiï tant als visitants com als locals, amb la finalitat de preservar les destinacions per a generacions futures.</p> |

| | | |
|---|---|--|
| <p>Responsible Tourism Institute</p> |  | <p>L'Institut de Turisme Responsable (RTI en anglès) és una ONG internacional sense ànim de lucre, en forma d'associació, que promou, des de fa més de 20 anys, el turisme responsable a nivell internacional, ajudant tots els actors implicats al sector turístic a desenvolupar una nova forma de viatjar i de conèixer el nostre Planeta.</p> |
| <p>International Social Tourism Organization (ISTO)</p> |  | <p>ISTO és una associació internacional que reuneix als actors del turisme social, sostenible i solidari de tot el món, donant valor a un turisme accessible i respectuós.</p> |
| <p>Global Destination Sustainable Index (GDS)</p> |  | <p>El GDS-Index és el principal programa de benchmarking i millora de la sostenibilitat per a destinacions d'arreu del món. S'utilitza per avaluar el rendiment social i ambiental actual d'una destinació i per poder millorar el seu rendiment. És una eina poderosa perquè els clients avaluin la sostenibilitat de les destinacions.</p> |
| <p>European Network for Accessible Tourism (ENAT)</p> |  | <p>ENAT és una associació d'empreses turístiques, organitzacions i persones dels sectors privat, públic i ONG amb l'objectiu d'avaluar bones pràctiques, així com de proporcionar i avaluar serveis i productes per al turisme accessible a Europa.</p> |
| <p>Plataforma Representativa Estatal de Personas con</p> |  | <p>PREDIF representa i realitza programes a favor de més de cent mil persones amb discapacitat física. Promou accions en benefici de totes les persones amb discapacitat física a través de les entitats confederades. PREDIF</p> |

| | | |
|---|---|---|
| <p>Discapacidad Física (PREDIF)</p> | | <p>també porta a terme accions d'atenció directa a persones beneficiàries, com és el cas del programa de turisme per a persones amb discapacitat.</p> |
| <p>Xarxa Barcelona + Sostenible</p> <p>Taula Compromís Barcelona Plàstic Zero</p> |  | <p>Barcelona+Sostenible és la xarxa de més de 1.800 organitzacions compromeses amb la sostenibilitat ambiental, social i econòmica que construeixen col·lectivament una ciutat responsable amb les persones i l'entorn.</p> <p>El <i>Compromís Barcelona Plàstic Zero</i> és el resultat del treball de la Taula Plàstic Zero i pretén visualitzar les iniciatives de reducció del plàstic d'un sol ús existents a la ciutat, així com encoratjar a altres organitzacions de la ciutat a sumar-s'hi per fer front a la cultura d'usar i llençar.</p> |
| <p>Red Española de ciudades AVE</p> |  | <p>Les 33 ciutats que formen part de la Xarxa espanyola de ciutats AVE i les experiències que s'ofereixen a la destinació són el principal atractiu turístic per fer servir el tren. Ciutats AVE no només ofereix trajectes amb tren, sinó tot el que el tren et permet fer, viatjar de forma ràpida i còmoda, conèixer 33 destinacions connectades i viure-les.</p> |

| | | |
|-------------------------------------|---|---|
| Centres de Formació Superior | CETT – Barcelona School of Tourism , Hospitality and Gastronomy  <small>Centre adscrit</small>  | Els centres universitaris promouen la recerca i la innovació. Són un element important per la millora mediambiental, social i econòmica del sistema turístic. Constitueixen un espai de formació de professionals que incrementen la competitivitat de les empreses i el seu compromís amb la sostenibilitat. |
| | Tecnocampus  <small>Centros universitarios adscritos a la</small>  | |
| | Institut Químic de Sarrià  <small>PERSONA CIÈNCIA EMPRESA</small> <small>Universitat Ramon Llull</small> | |
| | University of Surrey  | |

TAULA 1. ENTITATS VINCULADES A LA SOSTENIBILITAT ON TURISME DE BARCELONA HI COL·LABORA

3. Pla de Sostenibilitat- Objectius

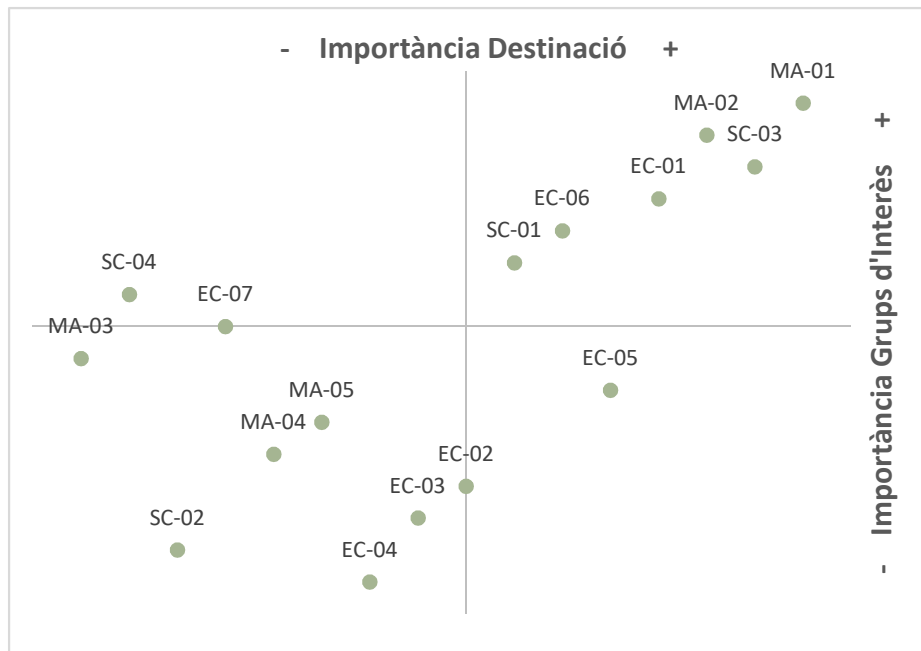
En el desenvolupament del Pla de Sostenibilitat destaquem 16 objectius on focalitzem les accions i on podem generar un major impacte positiu. Els objectius es troben vinculats i diferenciats als 3 eixos de la sostenibilitat: ambiental, econòmic i sociocultural (veure Taula 2).

| Id | Objectiu | Temàtica |
|----------------------|---|--|
| Medi Ambient | | |
| MA-01 | Comprometre empreses del sector turístic de Barcelona amb la sostenibilitat ambiental | Polítiques i pràctiques de gestió ambiental a les empreses turístiques |
| MA-02 | Posicionar Internacionalment la marca Barcelona com destinació sostenible | Màrqueting per la sostenibilitat turística |
| MA-03 | Compensar i reduir la petjada de carboni del visitant i del Consorci Turisme de Barcelona | Canvi climàtic i turisme |
| MA-04 | Fomentar el consum de la gastronomia local, la dieta mediterrània i de proximitat | Canvi climàtic i turisme |
| MA-05 | Incorporació de criteris de sostenibilitat per part del visitant | Participació del turisme en la preservació de l'ecosistema |
| Econòmic | | |
| EC-01 | Involucrar els stakeholders en l'estratègia turística de la ciutat | Integrar el turisme en la planificació local/ regional |
| EC-02 | Assegurar la viabilitat econòmica de l'activitat turística | Beneficis econòmics de la ciutadania i la destinació |
| EC-03 | Redistribuir i desconcentrar territorialment l'economia del visitant | Control de la intensitat d'ús |
| EC-04 | Promoure el treball digne i equitatiu en l'activitat turística | Mercat de treball |
| EC-05 | Millorar la competitivitat de les empreses turístiques | Competitivitat de les empreses turístiques |
| EC-06 | Generar coneixement per una gestió i promoció més sostenible del turisme | Integrar el turisme en la planificació local/ regional |
| EC-07 | Impulsar la digitalització com a vehicle d'una activitat turística més sostenible | Digitalització per a la sostenibilitat turística |
| Sociocultural | | |
| SC-01 | Posicionar Barcelona com a referent artístic i cultural | Protecció de la imatge de la destinació |

| Id | Objectiu | Temàtica |
|-----------|---|--|
| SC-02 | Preservar la cultura catalana i les seves expressions artístiques i culturals | Preservació del béns culturals |
| SC-03 | Posicionar Barcelona com a referent de l'accessibilitat a nivell mundial | Accessibilitat |
| SC-04 | Redactar un pla de Responsabilitat Social Corporativa | Polítiques i pràctiques de responsabilitat social a les empreses turístiques |

TAULA 2. OBJECTIUS PLA DE SOSTENIBILITAT DE TURISME DE BARCELONA PER EIXOS

De l'anàlisi d'aquest temes i de l'aposta en comú amb les inquietuds i les línies estratègiques del consorci hem elaborat una matriu a efecte d'identificar les qüestions més rellevants.



GRÀFIC 1. PRIORITZACIÓ D'OBJECTIUS

D'aquests objectius, la major importància en relació a la destinació i els grups d'interès es donen a:

| EIXOS | OBJECTIUS GENERALS | ODS |
|-------------------|---|--------------------------------------|
| Eix Mediambiental | MA-01 Comprometre empreses del sector turístic de Barcelona amb la sostenibilitat ambiental | 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 17 |
| | MA-02 Posicionar Internacionalment la marca Barcelona com destinació sostenible | 8, 10, 11, 13, 17 |
| Eix Econòmic | EC-01 Involucrar els <i>stakeholders</i> en l'estratègia turística de la ciutat | 8, 10, 11, 17 |
| | EC-06 Generar coneixement per una gestió i promoció més sostenible del turisme | 9,11,12,13,17 |
| Eix Sociocultural | SC-03 Posicionar Barcelona com a referent de l'accessibilitat a nivell mundial | 8, 9, 10, 11, 17 |
| | SC-03 Redistribuir i desconcentrar territorialment l'economia del visitant | 8,9,10,11,17 |

4. Pla de Sostenibilitat- Accions

| Accions | Indicador | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|------|------|------|
| MA-01. Comprometre empreses del sector turístic de Barcelona amb la sostenibilitat ambiental | | | | |
| Guardons de Barcelona Turisme Sostenible per incentivar bones pràctiques al sector | Candidatures presentades als guardons de Turisme de Barcelona a les bones pràctiques | x | x | x |
| Captació i assessorament d'empreses del Compromís per la Sostenibilitat Turística Barcelona Biosphere, donant valor a les bones pràctiques en l'ús eficient dels recursos i minimització dels impactes ambientals | Empreses turístiques que disposen de certificacions de sostenibilitat | x | x | x |
| Incentivar les empreses a obtenir el segell Safe Travels | Empreses turístiques que disposen del segell Safe Travels | x | | |
| MA-02. Posicionar Internacionalment la marca Barcelona com destinació sostenible | | | | |
| Vinculació amb el Global Destination Sustainable Index: benchmarking anual de destinacions MICE | Evolució de la qualificació general del GDS Índex | x | x | x |
| Participació activa en xarxes i entitats internacionals: UNWTO, GSTC, City Destination Alliance | Projectes en desenvolupament per cada grup de treball relacionats amb la sostenibilitat | x | x | x |
| Viatges de familiarització a agents promotors en turisme sostenible | Satisfacció dels participants en els viatges de familiarització sobre sostenibilitat | x | | |
| MA-03. Compensar i reduir la petjada de carboni del visitant i del Consorci Turisme de Barcelona | | | | |
| Accions específiques MICE de promoció del transport públic en els desplaçament dels congressistes | Turistes professionals que es mouen dins la destinació en transport públic | x | x | x |
| Difusió i creació de les rutes de natura urbana de Barcelona a peu i en bicicleta | Visites als apartats corresponents del web visitbarcelona.com | x | | |
| Redacció de les bases d'un pla director de descarbonització del sector del turisme en horitzó 2050 | Assoliment de la redacció del pla | x | x | x |
| Creació de continguts, productes i campanyes per promoure estades més llargues (Ex. Workation) | Estada mitjana del turista | x | x | x |

| Accions | Indicador | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|--|------|------|------|
| Accions de màrqueting adreçades al mercat espanyol i mercats de proximitat (Ex. Barcelona is Back to Europe) | Distància mitjana recorreguda pels turistes d'origen a destinació | x | | |
| Promoció del transport públic a través de la web Visit Barcelona | Turistes que es mouen dins la destinació en transport públic | x | x | x |
| Compensar CO2 emès per Turisme de Barcelona en la seva acció com empresa i incloure el càlcul en les accions de promoció i màrqueting | Tones de CO ₂ compensades per Turisme de Barcelona sobre el total de viatges realitzats | x | x | x |
| Eliminació de plàstics d'un sol ús, disminució de l'ús de paper i compres responsables a Turisme de Barcelona | Accions enfocades a millorar la sostenibilitat interna de Turisme de Barcelona | x | x | x |
| MA-04. Fomentar el consum de la gastronomia local, la dieta mediterrània i de proximitat | | | | |
| Promoció de l'enoturisme | Turistes que realitzen alguna activitat relacionada amb l'enoturisme | x | | |
| Promoció de la dieta mediterrània i km0 (Ex. La revolució gastronòmica) | Accions relacionades amb la dieta mediterrània i km0 | x | x | x |
| MA-05. Incorporació de criteris de sostenibilitat per part del visitant | | | | |
| Redacció i desenvolupament dels eixos rectors en Legacy (recull de bones pràctiques pel sector MICE) | Bones pràctiques recollides per congressos i convencions | x | x | x |
| Divulgació del decàleg del turisme responsable específic per la destinació Barcelona | Visualitzacions del decàleg | x | | |
| Conscienciació del visitant de la petjada hídrica i reducció d'ampolles de plàstic a l'oficina de Plaça Catalunya (informació i font pública) | Litres d'aigua consumits | x | | |

| Accions | Indicador | 2023 | 2024 | 2025 |
|--|---|------|------|------|
| EC-01. Involucrar els stakeholders en l'estratègia turística de la ciutat | | | | |
| Participació en el Consell Municipal Turisme i Ciutat | Presentacions realitzades sobre les accions de Turisme de Barcelona | x | x | x |
| Participació i creació d'aliances per posicionar Barcelona com a destinació Premium | Volum de turistes Premium | x | x | x |
| EC-02. Assegurar la viabilitat econòmica de l'activitat turística | | | | |
| Creació de productes alineats amb turisme responsable (Ex. Slow Barcelona) | Nous productes alineats amb el turisme responsable oferts a Visit Barcelona Tickets | x | | |
| EC-03. Redistribuir i desconcentrar territorialment l'economia del visitant | | | | |
| Creació de nous imaginaris turístics per la diversificació de la vista més enllà de les icones | Turistes que realitzen una excursió | x | x | x |
| Promocionar el Grand Tour | Turistes que han pernoctat en una altra destinació catalana en el mateix viatge | | | |
| Distribució territorial de la recaptació l'impost turístic a noves iniciatives sostenibles (Ex. Programa Barcelona Districte Internacional) | Districtes beneficiats per la recaptació de la taxa turística | x | x | x |
| EC-04. Promoure el treball digne i equitatiu en l'activitat turística | | | | |
| Desenvolupament del Pla d'Igualtat de Turisme de Barcelona | Implementació d'accions promogudes pel Pla d'Igualtat de Turisme de Barcelona | x | x | x |
| Accions específiques d'igualtat gènere dins del marc del CSTBB per obtenir la certificació i formacions al sector | Ràtio entre el salari de les dones i el dels homes en l'activitat turística (breixa salarial) | x | x | x |
| Accions de col·laboració amb empreses i entitats per promoure l'ocupació de qualitat (Ex. Track Turisme dins del Business with Social Value) | Nova contractació indefinida al nucli de l'activitat turística | x | x | x |
| Difusió de dades del sector per visualitzar les diferències salarials a l'activitat turística | Difusió de la informació sobre salaris de l'activitat turística | x | x | x |

| Accions | Indicador | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|--|------|------|------|
| EC-05. Millorar la competitivitat de les empreses turístiques | | | | |
| Cicles de conferències i accions formatives adreçades als agents turístics | Satisfacció sobre el contingut de les accions per part dels participants | x | x | x |
| EC-06. Generar coneixement per una gestió i promoció més sostenible del turisme | | | | |
| Col·laboració amb diferents Universitats en matèria de formació en sostenibilitat | Satisfacció sobre el contingut de les accions per part dels participants | x | x | x |
| Monitoratge de la sostenibilitat a través del sistema d'indicadors SITS -OTB | Accions avaluades amb indicadors del SITS-OTB | x | x | x |
| EC-07. Impulsar la digitalització com a vehicle d'una activitat turística més sostenible | | | | |
| Creació de plataformes de compensació i Turisme Regeneratiu (Ex. CO2 i llegat) | Existència de plataformes de compensació i Turisme Regeneratiu | | x | x |
| Reestructuració de l'entorn digital de Turisme de Barcelona per optimitzar la gestió i fer una promoció més sostenible (Fons Next Generation) | Grau d'execució de la reestructuració de l'entorn digital | x | x | x |

| Accions | Indicador | 2023 | 2024 | 2025 |
|--|---|------|------|------|
| SC-01. Posicionar Barcelona com a referent artístic i cultural | | | | |
| Promocionar commemoracions culturals rellevants per la ciutat (Ex. Any Picasso) | Ocupació de la ruta | x | x | x |
| Difusió d'agenda cultural i esdeveniments als diferents canals de Turisme de Barcelona | Visualitzacions de les accions als diferents canals de Turisme de Barcelona | x | x | x |
| Promoció dels equipaments culturals als diferents canals de Turisme de Barcelona | Visualitzacions de les accions als diferents canals de Turisme de Barcelona | x | x | x |


| Accions | Indicador | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|------|------|------|
| Promocionar la música clàssica i d'altres disciplines relacionades per posicionar Barcelona com a referent artístic i cultural (Ex: Barcelona Obertura) | Visualitzacions de les accions als diferents canals de Turisme de Barcelona | x | x | x |
| SC-02. Preservar la cultura catalana i les seves expressions artístiques i culturals | | | | |
| Donar visibilitat als productes turístics o experiències que contribueixen a recuperar o rehabilitar elements naturals, culturals, patrimonials o identitaris del territori | Visualitzacions de les accions als diferents canals de Turisme de Barcelona | x | x | x |
| SC-03. Posicionar Barcelona com a referent de l'accessibilitat a nivell mundial | | | | |
| Actualització i reformulació de la pàgina web Access Barcelona | Nivell d'actualització del web | x | | |
| Accions de promoció i participació activa en xarxes i amb entitats globals per posicionar Barcelona com un referent de turisme accessible a nivell nacional i internacional (ENAT, PREDIF, WTM, OMT, ISTO). | Assistència a les reunions on s'ha estat convocat | x | x | x |
| Acció en col·laboració amb PREDIF per promocional la norma ISO 21902 d'accessibilitat en establiments turístics | Empreses que tinguin la certificació amb ISO 21902 de la destinació | x | | |
| Promoció del servei de préstec de material ad hoc per persones amb discapacitat (visual i auditiva) a l'oficina d'informació de Plaça Catalunya | Visualització de les publicacions online on es promoció el lloguer de material accessible | x | x | x |
| Promoure les activitats adaptades a persones amb discapacitat del programa municipal Barcelona Districte Cultural | Visualització dels outputs promocionals de les activitats | x | | |
| Generació de productes alineats amb turisme accessible (Ex: rutes districtes, Fam trip Easy Walking Tour i fulletó Braille) | Productes de nova creació relacionats amb el turisme accessible | x | | |
| Cicles de conferències i accions formatives d'atenció al públic amb discapacitat i de turisme accessible per assegurar una atenció al client de qualitat | Satisfacció sobre el contingut de les accions per part dels participants | x | x | x |
| SC-04. Redactar un pla de Responsabilitat Social Corporativa | | | | |

| Accions | Indicador | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|--|------|------|------|
| Activació de la taula de RSC de l'empresa | Accions promogudes per la taula i incorporades al pla de treball | x | | |
| Recollida d'idees i suggeriments de noves pràctiques per millorar la sostenibilitat del Consorci | Idees presentades vinculades a la sostenibilitat del Consorci | x | | |
| Accions de neteja de platges per la conscienciació dels agents de l'activitat turística de la ciutat (dins del programa Let's Clean Europe i l'Agència de Residus de Catalunya) | Assistents al projecte en nom del Consorci | x | | |


5. Pla de sostenibilitat- vinculació al pla de Glasgow

L'impacte directe de la descarbonització de les operacions d'una organització turística que no opera serveis de viatges, com a Turisme de Barcelona és limitat, però, l'impacte potencial facilitador o catalitzador del seu Pla d'Acció Climàtica pot ser molt significatiu.

Turisme de Barcelona, com a *entitat de suport* de la Declaració de Glasgow, comparteix els mateixos objectius i compromisos que tots els altres signants de la Declaració de Glasgow, desenvolupant un Pla d'Acció Climàtica que es centra en els objectius de Sostenibilitat Turística i també es compromet a realitzar accions de promoció, suport, incentivació, i formació dels seus membres i *stakeholders* per fomentar l'alineació amb la Declaració de Glasgow i les seves 5 categories d'acció (*Mesurament, Finançament, Col·laboració, Descarbonització i Regeneració*).

| Categoria Glasgow | Accions | Pressupost (€) | Termini |
|---|---|-----------------|------------------|
| Mesurar  | <ul style="list-style-type: none"> Compensar CO2 emès per Turisme de Barcelona en la seva acció com empresa i incloure el càlcul en les accions de promoció i màrqueting | 9.000 euros/any | 2023/ 2024/ 2025 |
| | <ul style="list-style-type: none"> Recollida de les mètriques de petjada de CO2 en el marc de la certificació Biosphere | 2000 euros /any | 2023/ 2024/ 2025 |

| Categoria Glasgow | Accions | Pressupost (€) | Termini |
|--|---|--|------------------|
| Finançar  | <ul style="list-style-type: none"> Captació i assessorament d'empreses del Compromís per la Sostenibilitat Turística Barcelona Biosphere, donant valor a les bones pràctiques en l'ús eficient dels recursos i minimització dels impactes ambientals | 150.000 euros/any | 2023/ 2024/ 2025 |
| | <ul style="list-style-type: none"> Cicles de conferències i accions formatives adreçades al sector | 39.000 euros/any | 2023/ 2024/ 2025 |
| | <ul style="list-style-type: none"> Incentivar les empreses a obtenir el segell SAFETRAVEL | Sense cost | 2023 |
| Col·laborar  | <ul style="list-style-type: none"> Guardons de Barcelona Turisme Sostenible per incentivar bones pràctiques al sector | 6.500 euros/any | 2023/ 2024/ 2025 |
| | <ul style="list-style-type: none"> Involucració en el <i>Global Destination Sustainable Index</i>: benchmarking anual de destinacions MICE | 4.200 euros/any | 2023/ 2024/ 2025 |
| | <ul style="list-style-type: none"> Participació activa en xarxes i entitats internacionals: UNWTO, GSTC, City Destination Alliance, ISTO i ENAT | 7.000 euros/any | 2023/ 2024/ 2025 |
| Descarbonitzar  | <ul style="list-style-type: none"> Difusió i creació de les rutes de natura urbana de Barcelona a peu i en bicicleta | 3.500 euros | 2023 |
| | <ul style="list-style-type: none"> Redacció de les bases d'un pla director de descarbonització del sector del turisme amb horitzó 2050 | 36.000 euros | 2024/ 2025 |
| | <ul style="list-style-type: none"> Creació de continguts, productes i campanyes per promoure estades més llargues (Ex. Workation) | 100.000€ (Dep. Màrqueting – 50% DIBA) | 2023/ 2024/ 2025 |

| Categoria Glasgow | Accions | Pressupost (€) | Termini |
|---|---|--------------------|------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Accions de màrqueting adreçades al mercat espanyol i mercats de proximitat (Ex. Barcelona is Back to Europe) | 30.000 euros / any | 2023 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Promoció del transport públic a través de la web Visit Barcelona | Sense Cost | 2023/ 2024/ 2025 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Accions específiques MICE de promoció del transport públic en els desplaçament dels congressistes | 200.000 euros | 2023/ 2024/ 2025 |
| Regenerar  | <ul style="list-style-type: none"> • Viatges de familiarització a agents promotors en turisme sostenible | 6.000 euros /any | 2023 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Eliminació de plàstics d'un sol ús, disminució de l'ús de paper i compres responsables a Turisme de Barcelona | Sense Cost | 2023/ 2024/ 2025 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Promoció de la dieta mediterrània i km0 (Ex. La revolució gastronòmica) | 50.000 euros | 2023/ 2024/ 2025 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Conscienciació del visitant de la petjada hídrica a l'oficina de Plaça Catalunya (informació i font pública) | 3.500 euros | 2023 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Divulgació del decàleg del turisme responsable específic per la destinació Barcelona | Sense Cost | 2023 |

6. Aplicació del Pla de Sostenibilitat - Sistema de seguiment i avaluació

El seguiment i l'avaluació del Pla d'accions de sostenibilitat és clau per assegurar l'èxit de la implementació de les accions proposades i la consecució dels reptes plantejats.

Per garantir una implementació efectiva del pla al Consorci de Turisme de Barcelona, es proposen les següents accions de seguiment i avaluació:

- Reunions trimestrals de seguiment per valorar el grau d'implementació de les accions.
- Anualment, seguiment de les accions a través de fitxes de seguiment.
- Anualment, elaboració de l'informe d'avaluació.

De manera general, el departament de sostenibilitat i direcció general, seran els encarregats de portar a terme el seguiment periòdic del Pla de Sostenibilitat.

Reunions trimestrals

Trimestralment, les diverses persones que formen part del equip de treball, es reuniran per tal de valorar el grau d'implementació de les accions. Per poder dur a terme aquesta reunió, serà necessari de manera prèvia haver recopilat informació sobre la implementació de les diverses accions, consultant a les persones referents.

Fitxes de seguiment anuals

Per portar a terme de manera formal el seguiment de les accions, l'equip de treball, amb el suport de les àrees referents de cadascuna de les accions, haurà de complimentar les fitxes de seguiment.

A continuació es proposa una fitxa model per a dur a terme el seguiment semestral de cadascuna de les accions del Pla.

| Fitxa seguiment pla d'accions | | | |
|-------------------------------|-------------------|-----|-----|
| Objectiu | | | |
| Acció | | | |
| Descripció de l'acció | | | |
| Àrea responsable | | | |
| Calendari d'implementació | | | |
| Grau d'assoliment de l'acció | | | |
| Observacions | Grau d'assoliment | | |
| | Baix | Mig | Alt |
| | | | |
| Indicador | Resultat | | |
| | | | |
| Oportunitats de millora | | | |
| Data de seguiment | | | |

Informe d'avaluació anual

Anualment, l'equip tècnic, elaborarà un informe de seguiment que valorarà el grau d'implementació de les accions i presentarà oportunitats de millora per continuar avançant en la gestió sostenible del consorci.

Els informes anuals de seguiment podran contemplar la següent informació en relació a l'avaluació de resultats i indicadors:

- Nivell d'execució: nombre total d'accions realitzades per àmbit.
- Grau de desenvolupament de les accions: determinar el grau d'acompliment de les accions a partir dels indicadors de seguiment proposats en aquest Pla per a cada acció.
- Identificar oportunitats de millora per a ser aplicades en el Pla (noves accions, modificacions en la calendarització, nous indicadors, etc.).

Aquest Informe d'avaluació anual serà presentat a la Direcció General, que haurà de valorar la proposta de noves oportunitats de millora a incorporar en el Pla, per continuar avançant en la gestió sostenible del Consorci de Turisme de Barcelona.

Annexos

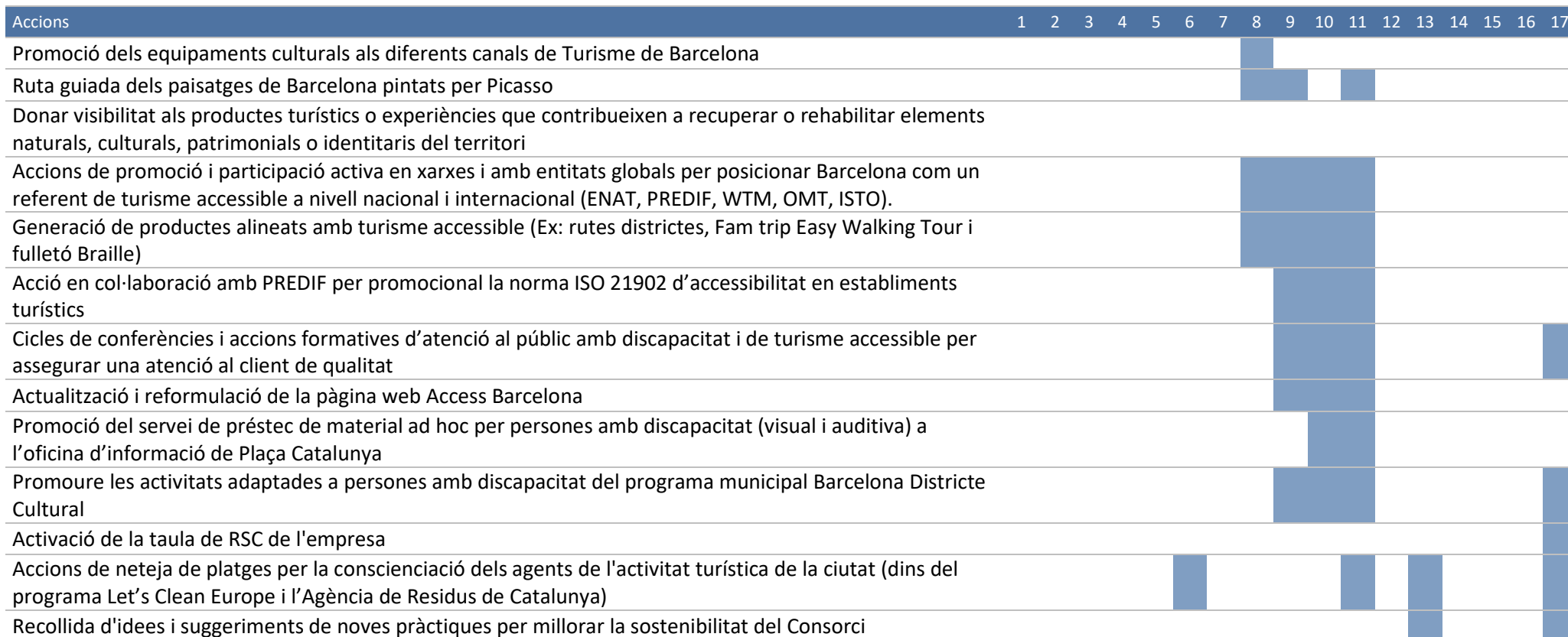
Annex 1. Pla de Sostenibilitat- vinculació dels ODS a les accions



El Consorci de Turisme de Barcelona contribueix i treballa activament amb les accions proposades, sobre els següents ODS:

| Accions | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Captació i assessorament d'empreses del Compromís per la Sostenibilitat Turística Barcelona Biosphere, donant valor a les bones pràctiques en l'ús eficient dels recursos i minimització dels impactes ambientals | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Incentivar les empreses a obtenir el segell Safe Travels | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Guardons de Barcelona Turisme Sostenible per incentivar bones pràctiques al sector | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Vinculació amb el Global Destination Sustainable Index: benchmarking anual de destinacions MICE | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Participació activa en xarxes i entitats internacionals: UNWTO, GSTC, City Destination Alliance | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Viatges de familiarització a agents promotors en turisme sostenible | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Difusió i creació de les rutes de natura urbana de Barcelona a peu i en bicicleta | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Redacció de les bases d'un pla director de descarbonització del sector del turisme en horitzó 2050 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Creació de continguts, productes i campanyes per promoure estades més llargues (Ex. Workation) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Accions de màrqueting adreçades al mercat espanyol i mercats de proximitat (Ex. Barcelona is Back to Europe) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Promoció del transport públic a través de la web Visit Barcelona | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Accions específiques MICE de promoció del transport públic en els desplaçament dels congressistes | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Accions | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|--|
| Compensar CO2 emès per Turisme de Barcelona en la seva acció com empresa i incloure el càlcul en les accions de promoció i màrqueting | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Eliminació de plàstics d'un sol ús, disminució de l'ús de paper i compres responsables a Turisme de Barcelona | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Promoció de l'enoturisme | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Promoció de la dieta mediterrània i km0 (Ex. La revolució gastronòmica) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Conscienciació del visitant de la petjada hídrica i reducció d'ampolles de plàstic a l'oficina de Plaça Catalunya (informació i font pública) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Divulgació del decàleg del turisme responsable específic per la destinació Barcelona | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Redacció i desenvolupament dels eixos rectors en Legacy (recull de bones pràctiques pel sector MICE) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Participació en el Consell Municipal Turisme i Ciutat | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Participació i creació d'aliances per posicionar Barcelona com a destinació Premium | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Creació de productes alineats amb turisme responsable (Ex. Slow Barcelona) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Creació de nous imaginaris turístics per la diversificació de la vista més enllà de les icones | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Promocionar el Grand Tour | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Distribució territorial de la recaptació l'impost turístic a noves iniciatives sostenibles (Ex. Programa Barcelona Districte Internacional) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Difusió de dades del sector per visualitzar les diferències salarials a l'activitat turística | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Accions de col·laboració amb empreses i entitats per promoure l'ocupació de qualitat (Ex. Track Turisme dins del Business with Social Value) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Accions específiques d'igualtat gènere dins del marc del CSTBB per obtenir la certificació i formacions al sector | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desenvolupament del Pla d'Igualtat de Turisme de Barcelona | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cicles de conferències i accions formatives adreçades als agents turístics | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Col·laboració amb diferents Universitats en matèria de formació en sostenibilitat | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Monitoratge de la sostenibilitat a través del sistema d'indicadors SITS -OTB | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Creació de plataformes de compensació i Turisme Regeneratiu (Ex. CO2 i llegat) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reestructuració de l'entorn digital de Turisme de Barcelona per optimitzar la gestió i fer una promoció més sostenible (Fons Next Generation) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Difusió d'agenda cultural i esdeveniments als diferents canals de Turisme de Barcelona | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Promocionar la música clàssica i d'altres disciplines relacionades per posicionar Barcelona com a referent artístic i cultural (Ex: Barcelona Obertura) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



Annex 2. Taula d'indicadors

| Accions | Indicador | Càlcul | Font | Justificació i Interpretació |
|---|---|--|---------------------------------------|--|
| Captació i assessorament d'empreses del Compromís per la Sostenibilitat Turística Barcelona Biosphere, donant valor a les bones pràctiques en l'ús eficient dels recursos i minimització dels impactes ambientals | Empreses turístiques que disposen de certificacions de sostenibilitat | Suma total empreses amb certificat Biosphere de Barcelona ciutat | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | El manteniment o augment del número d'empreses amb certificació Biosphere indica el grau d'implicació de les empreses turístiques en matèria de sostenibilitat ambiental |
| Incentivar les empreses a obtenir el segell Safe Travels | Empreses turístiques que disposen del segell Safe Travels | Suma total empreses amb segell Safe Travels de Barcelona ciutat | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | El manteniment o augment del número d'empreses amb el Segell Safe Travels indica el grau d'implicació de les empreses turístiques en matèria de protocols sanitaris |
| Guardons de Barcelona Turisme Sostenible per incentivar bones pràctiques al sector | Candidatures presentades als guardons de Turisme de Barcelona a les bones pràctiques | Suma total candidatures presentades als guardons | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Si l'indicador creix, implica que hi ha més empreses o entitats compromeses amb la sostenibilitat |
| Vinculació amb el Global Destination Sustainable Index: benchmarking anual de destinacions MICE | Evolució de la qualificació general del GDS Índex | Diferència interanual en punts percentuals en la qualificació general del GDS Índex | GDS Index | Si la diferència és positiva, implica que s'ha millorat en la qualificació de l'índex |
| Participació activa en xarxes i entitats internacionals: UNWTO, GSTC, City Destination Alliance | Projectes en desenvolupament per cada grup de treball relacionats amb la sostenibilitat | Suma total de projectes en desenvolupament per cada grup de treball en que es participa activament relacionats amb la sostenibilitat | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | El manteniment del número de projectes en els quals es participa indica el compromís ferm de Turisme de Barcelona per la sostenibilitat de la destinació |
| Viatges de familiarització a agents promotors en turisme sostenible | Satisfacció dels participants en els viatges de familiarització sobre sostenibilitat | Mitjana de la valoració dels participants en els viatges de familiarització sobre sostenibilitat (escala del 0 al 10) | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Un augment de la valoració implica una percepció major del grau de sostenibilitat de la destinació |

| Accions | Indicador | Càlcul | Font | Justificació i Interpretació |
|--|--|--|--|---|
| Difusió i creació de les rutes de natura urbana de Barcelona a peu i en bicicleta | Visites als apartats corresponents del web visitbarcelona.com | Suma total de visites als apartats corresponents del web visitbarcelona.com | Màrqueting - Turisme de Barcelona | Un augment de les visites en aquests apartats implica una major difusió dels seus continguts |
| Redacció de les bases d'un pla director de descarbonització del sector del turisme en horitzó 2050 | Assoliment de la redacció del pla | Percentatge d'assoliment de la redacció del pla | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Un major percentatge de redacció del pla implica un major acostament a l'objectiu de descarbonització de la destinació |
| Creació de continguts, productes i campanyes per promoure estades més llargues (Ex. Workation) | Estada mitjana del turista | Estada mitjana declarada pels turistes en totes les tipologies d'allotjament | Observatori del Turisme de Barcelona: ciutat i regió | Un augment de l'estada mitjana pot contribuir a mantenir o reduir el número de viatges per arribar fins a la destinació i, per tant, l'impacte mediambiental del transport d'arribada |
| Accions de màrqueting adreçades al mercat espanyol i mercats de proximitat (Ex. Barcelona is Back to Europe) | Distància mitjana recorreguda pels turistes d'origen a destinació | Km per origen · Turistes per origen / Total de turistes | Observatori del Turisme de Barcelona: ciutat i regió | A menor distància recorreguda des de l'origen, menys gasos d'efecte hivernacle es generaran i, per tant, menor contribució al canvi climàtic |
| Promoció del transport públic a través de la web Visit Barcelona | Turistes que es mouen dins la destinació en transport públic | Percentatge de turistes que declaren utilitzar el transport públic per desplaçar-se dins de Barcelona ciutat | Observatori del Turisme de Barcelona: ciutat i regió | A major proporció de turistes que es mouen en transport públic, menor contribució a la contaminació atmosfèrica i al canvi climàtic |
| Accions específiques MICE de promoció del transport públic en els desplaçament dels congressistes | Turistes professionals que es mouen dins la destinació en transport públic | Percentatge de turistes que com a motiu principal han vingut per raons professionals que es mouen dins la destinació en transport públic | Observatori del Turisme de Barcelona: ciutat i regió | A major proporció de turistes professionals que es mouen en transport públic, millor model de mobilitat sostenible |

| Accions | Indicador | Càlcul | Font | Justificació i Interpretació |
|---|--|---|--|---|
| Compensar CO2 emès per Turisme de Barcelona en la seva acció com empresa i incloure el càlcul en les accions de promoció i màrqueting | Tones de CO ₂ compensades per Turisme de Barcelona sobre el total de viatges realitzats | Percentatge de tones de CO ₂ compensades per Turisme de Barcelona sobre el total de viatges realitzats | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Un major percentatge de tones compensades demostra el compromís de Turisme de Barcelona per minimitzar les externalitats ambientals negatives de la seva activitat |
| Eliminació de plàstics d'un sol ús, disminució de l'ús de paper i compres responsables a Turisme de Barcelona | Accions enfocades a millorar la sostenibilitat interna de Turisme de Barcelona | Suma total de les accions de millora interna | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | El manteniment o l'augment del número d'accions de millora interna demostra el compromís de Turisme de Barcelona per minimitzar les externalitats ambientals negatives de la seva activitat |
| Promoció de l'enoturisme | Turistes que realitzen alguna activitat relacionada amb l'enoturisme | Percentatge de turistes que realitzen o pensen realitzar alguna activitat relacionada amb l'enoturisme | Observatori del Turisme de Barcelona: ciutat i regió | Un major percentatge de turistes que realitzen aquest tipus d'activitat representa un major interès per la dieta mediterrània i de proximitat |
| Promoció de la dieta mediterrània i km0 (Ex. La revolució gastronòmica) | Accions relacionades amb la dieta mediterrània i km0 | Suma total de les accions relacionades amb la dieta mediterrània i km0 | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | El manteniment o l'augment del número d'accions relacionades amb la dieta mediterrània i de km0 demostra el compromís de Turisme de Barcelona per promoure la gastronomia local i de proximitat de la destinació |
| Conscienciació del visitant de la petjada hídrica i reducció d'ampolles de plàstic a l'oficina de Plaça Catalunya (informació i font pública) | Litres d'aigua consumits | Suma total de litres d'aigua consumits | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Si l'indicador creix, significa que s'ha reduït l'ús d'ampolles de plàstic d'un sol ús i que el número d'impactes, i per tant, l'abast de la difusió sobre la conscienciació de la petjada hídrica ha estat major |
| Divulgació del decàleg del turisme responsable específic per la destinació Barcelona | Visualitzacions del decàleg | Suma total dels impactes del decàleg | Màrqueting i Serveis d'Atenció al Turista - Turisme de Barcelona | Si l'indicador creix, significa que l'abast de la difusió del decàleg ha estat major |

| Accions | Indicador | Càlcul | Font | Justificació i Interpretació |
|--|---|--|--|--|
| Redacció i desenvolupament dels eixos rectors en Legacy (recull de bones pràctiques pel sector MICE) | Bones pràctiques recollides per congressos i convencions | Total de bones pràctiques documentades per congressos i convencions | BCB - Turisme de Barcelona | Un major número de bones pràctiques indica un major grau d'impacte positiu sobre l'economia de la ciutat |
| Participació en el Consell Municipal Turisme i Ciutat | Presentacions realitzades sobre les accions de Turisme de Barcelona | Suma total de les presentacions realitzades sobre les accions de Turisme de Barcelona | Relacions institucionals - Turisme de Barcelona | El manteniment o augment del número de presentacions realitzades demostra el compromís de Turisme de Barcelona per fer partícips als stakeholders en l'estratègia turística de la ciutat |
| Participació i creació d'aliances per posicionar Barcelona com a destinació Premium | Volum de turistes Premium | Percentatge de turistes que declaren realitzar una despesa durant l'estada superior a 350€ per dia i persona (excloent transport d'arribada i allotjament) | Observatori del Turisme de Barcelona: ciutat i regió | Un augment del percentatge de turistes Premium indica un millor posicionament de l'oferta Premium de la ciutat |
| Creació de productes alineats amb turisme responsable (Ex. Slow Barcelona) | Nous productes alineats amb el turisme responsable oferts a Visit Barcelona Tickets | Suma de nous productes sostenibles alineats amb el turisme responsable a Visit Barcelona Tickets, excloent aquells que fan referència al turisme accessible (plataforma de comercialització de Turisme de Barcelona) | Comercialització - Turisme de Barcelona | L'existència creixent de nous productes alienats amb el turisme responsable a la venda des del Consorci demostra la seva implicació a l'hora de crear i comercialitzar productes compromesos amb aquesta matèria |
| Creació de nous imaginaris turístics per la diversificació de la vista més enllà de les icones | Turistes que realitzen una excursió | Percentatge de turistes que declaren haver realitzat una excursió fora de Barcelona ciutat (sense pernoctació) | Observatori del Turisme de Barcelona: ciutat i regió | Un augment del percentatge de turistes que declaren haver realitzat una excursió fora de Barcelona indica el grau de descentralització turística de la ciutat |

| Accions | Indicador | Càlcul | Font | Justificació i Interpretació |
|--|---|--|--|---|
| Promocionar el Grand Tour | Turistes que han pernoctat en una altra destinació catalana en el mateix viatge | Percentatge de turistes declaren haver pernoctat en una altra destinació catalana en el mateix viatge | Observatori del Turisme de Barcelona: ciutat i regió | Un augment del percentatge de turistes que declaren haver pernoctat en una altra destinació catalana en el mateix viatge indica el grau de complementaritat de les destinacions turístiques catalanes |
| Distribució territorial de la recaptació l'impost turístic a noves iniciatives sostenibles (Ex. Programa Barcelona Districte Internacional) | Districtes beneficiats per la recaptació de la taxa turística | Percentatge de districtes amb projectes finançats amb fons provinents de la taxa turística | Ajuntament de Barcelona | A major número de districtes beneficiats, major redistribució territorial de l'economia del visitant |
| Difusió de dades del sector per visualitzar les diferències salarials a l'activitat turística | Difusió de la informació sobre salaris de l'activitat turística | Total d'informes realitzats que contenen aquesta informació publicats per l'OTB | Observatori del Turisme de Barcelona: ciutat i regió | L'existència d'informes que contenen informació salarial mostra el compromís per promoure el treball digne i equitatiu a l'activitat turística |
| Accions de col·laboració amb empreses i entitats per promoure l'ocupació de qualitat (Ex. Track Turisme dins del Business with Social Value) | Nova contractació indefinida al nucli de l'activitat turística | Percentatge de contractació indefinida sobre el total de nova contractació al nucli de l'activitat turística | Observatori del Turisme de Barcelona: ciutat i regió | Una major proporció de contractació indefinida implica una millora en la qualitat de les condicions laborals de l'activitat turística |
| Accions específiques d'igualtat gènere dins del marc del CSTBB per obtenir la certificació i formacions al sector | Ràtio entre el salari de les dones i el dels homes en l'activitat turística (bretxa salarial) | Salari mig de les dones / Salari mig dels homes | Observatori del Turisme de Barcelona: ciutat i regió | A major valor de l'indicador, menys bretxa (desigualtat) salarial entre homes i dones. |
| Desenvolupament del Pla d'Igualtat de Turisme de Barcelona | Implementació d'accions promogudes pel Pla d'Igualtat de Turisme de Barcelona | Percentatge d'accions implementades del Pla d'Igualtat de Turisme de Barcelona | Compliance i Transparència - Turisme de Barcelona | Una major implementació de les accions del Pla d'Igualtat demostra un major grau de compromís de Turisme de Barcelona en la matèria |

| Accions | Indicador | Càlcul | Font | Justificació i Interpretació |
|---|--|--|---------------------------------------|---|
| Cicles de conferències i accions formatives adreçades als agents turístics | Satisfacció sobre el contingut de les accions per part dels participants | Mitjana de la valoració dels continguts dels cicles de conferències i accions formatives per part dels participants (escala del 0 al 10) | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Un augment de la valoració dels continguts de les accions implica una millora en la transferència de coneixement per a la millora de la competitivitat de la destinació |
| Col·laboració amb diferents Universitats en matèria de formació en sostenibilitat | Satisfacció sobre el contingut de les accions per part dels participants | Mitjana de la valoració dels continguts dels cicles de conferències i accions formatives per part dels participants (escala del 0 al 10) | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Un augment de la valoració dels continguts de les accions implica una millora en la transferència de coneixement per a la millora de l'accessibilitat de la destinació |
| Monitoratge de la sostenibilitat a través del sistema d'indicadors SITS -OTB | Accions avaluades amb indicadors del SITS-OTB | Suma total de les accions que tenen en compte indicadors del SITS-OTB en la seva avaluació prèvia o posterior | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Un augment del nombre d'accions avaluades amb els indicadors dels SITS-OTB mostra el compromís per incorporar la sostenibilitat a l'hora de planificar-les |
| Creació de plataformes de compensació i Turisme Regeneratiu (Ex. CO2 i llegat) | Existència de plataformes de compensació i Turisme Regeneratiu | Percentatge de les plataformes actives del total planificat | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | L'existència d'aquestes plataformes indica el compromís per dotar d'eines als actors del l'activitat turística per a la conscienciació sobre la sostenibilitat |
| Reestructuració de l'entorn digital de Turisme de Barcelona per optimitzar la gestió i fer una promoció més sostenible (Fons Next Generation) | Grau d'execució de la reestructuració de l'entorn digital | Percentatge de pressupost executat del total destinat a la reestructuració de l'entorn digital | Digital - Turisme de Barcelona | A major grau d'execució més entorn digital reestructurat més eines per a la gestió i promoció sostenibles |

| Accions | Indicador | Càlcul | Font | Justificació i Interpretació |
|---|---|--|---------------------------------------|--|
| Difusió d'agenda cultural i esdeveniments als diferents canals de Turisme de Barcelona | Visualitzacions de les accions als diferents canals de Turisme de Barcelona | Suma total de visualitzacions de les accions referents a l'agenda cultural i esdeveniments de tots els canals de Turisme de Barcelona | Màrqueting - Turisme de Barcelona | Si l'indicador creix, significa que l'abast de la difusió de l'agenda cultural i esdeveniments ha estat major |
| Promocionar la música clàssica i d'altres disciplines relacionades per posicionar Barcelona com a referent artístic i cultural (Ex: Barcelona Obertura) | Visualitzacions de les accions als diferents canals de Turisme de Barcelona | Suma total de visualitzacions referents a accions i esdeveniments de música clàssica i d'altres disciplines relacionades a tots els canals de Turisme de Barcelona | Màrqueting - Turisme de Barcelona | Si l'indicador creix, significa que l'abast de la difusió de la música clàssica i altres disciplines relacionades a la destinació ha estat major |
| Promoció dels equipaments culturals als diferents canals de Turisme de Barcelona | Visualitzacions de les accions als diferents canals de Turisme de Barcelona | Suma total de visualitzacions de les accions referents als equipaments culturals de tots els canals de Turisme de Barcelona | Màrqueting - Turisme de Barcelona | Si l'indicador creix, significa que l'abast de la difusió dels equipaments culturals ha estat major |
| Ruta guiada dels paisatges de Barcelona pintats per Picasso | Ocupació de la ruta | Ocupació del total de places ofertes en la ruta guiada dels paisatges de Barcelona pintats per Picasso | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | A major percentatge d'ocupació de la ruta, més difusió de la cultura |

| Accions | Indicador | Càlcul | Font | Justificació i Interpretació |
|---|---|--|---------------------------------------|---|
| Donar visibilitat als productes turístics o experiències que contribueixen a recuperar o rehabilitar elements naturals, culturals, patrimonials o identitaris del territori | Visualitzacions de les accions als diferents canals de Turisme de Barcelona | Suma total de visualitzacions de les accions referents als esdeveniments culturals catalans de tots els canals de Turisme de Barcelona | Màrqueting - Turisme de Barcelona | Si l'indicador creix, significa que l'abast de la difusió dels esdeveniments de cultura catalana ha estat major |
| Accions de promoció i participació activa en xarxes i amb entitats globals per posicionar Barcelona com un referent de turisme accessible a nivell nacional i internacional (ENAT, PREDIF, WTM, OMT, ISTO). | Assistència a les reunions on s'ha estat convocat | Percentatge d'assistència a les reunions on s'ha estat convocat | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Una major assistència a les reunions on s'ha estat convocat demostra el un major grau de compromís de Turisme de Barcelona en la matèria |
| Generació de productes alineats amb turisme accessible (Ex: rutes districtes, Fam trip Easy Walking Tour i fulletó Braille) | Productes de nova creació relacionats amb el turisme accessible | Suma de nous productes relacionats amb turisme accessible | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | L'existència creixent de nous productes turístics alineats amb l'accessibilitat des del Consorci demostra la seva implicació a l'hora de crear i comercialitzar productes compromesos amb aquesta matèria |
| Acció en col·laboració amb PREDIF per promocional la norma ISO 21902 d'accessibilitat en establiments turístics | Empreses que tinguin la certificació amb ISO 21902 de la destinació | Suma total d'empreses que tinguin la certificació amb ISO 21902 de la destinació | PREDIF | El manteniment o augment del número d'empreses amb la certificació ISO 21902 indica el grau d'implicació de les empreses turístiques en matèria d'accessibilitat |
| Cicles de conferències i accions formatives d'atenció al públic amb discapacitat i de turisme accessible per assegurar una atenció al client de qualitat | Satisfacció sobre el contingut de les accions per part dels participants | Mitjana de la valoració dels continguts dels cicles de conferències i accions formatives per part dels participants (escala del 0 al 10) | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Un augment de la valoració dels continguts de les accions implica una millora en la transferència de coneixement per a la millora de l'accessibilitat de la destinació |

| Accions | Indicador | Càlcul | Font | Justificació i Interpretació |
|---|---|--|---------------------------------------|--|
| Actualització i reformulació de la pàgina web Access Barcelona | Nivell d'actualització del web | Percentatge d'actualització del web sobre el contingut total | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | A major grau d'actualització de la web, major compromís de Turisme de Barcelona per una difusió exacta de l'accessibilitat de l'oferta turística i les infraestructures de la ciutat a mesura que les seves condicions evolucionen |
| Promoció del servei de préstec de material ad hoc per persones amb discapacitat (visual i auditiva) a l'oficina d'informació de Plaça Catalunya | Visualització de les publicacions online on es promoció el lloguer de material accessible | Suma total de les impressions de les publicacions online on es promoció el lloguer de material accessible | Màrqueting - Turisme de Barcelona | Un major número d'impactes significa que l'abast de la difusió del lloguer de material accessible ha estat més extens |
| Promoure les activitats adaptades a persones amb discapacitat del programa municipal Barcelona Districte Cultural | Visualització dels outputs promocionals de les activitats | Suma total de les impressions de les publicacions promocionals de les activitats accessibles de Barcelona Districte Cultural | Màrqueting - Turisme de Barcelona | Un major número d'impactes significa que l'abast de la difusió de les activitats accessibles de Barcelona Districte Cultural ha estat més extens |
| Activació de la taula de RSC de l'empresa | Accions promogudes per la taula i incorporades al pla de treball | Suma d'accions promogudes per la taula i incorporades al pla de treball | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Un major número d'accions promogudes i incorporades al pla de treball demostra un major grau de compromís de Turisme de Barcelona en la matèria |
| Accions de neteja de platges per la conscienciació dels agents de l'activitat turística de la ciutat (dins del programa Let's Clean Europe i l'Agència de Residus de Catalunya) | Assistents al projecte en nom del Consorci | Suma total de participants al projecte en nom del Consorci | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Una major assistència a l'acció indica un major compliment dels objectius d'RSC del Consorci |
| Recollida d'idees i suggeriments de noves pràctiques per millorar la sostenibilitat del Consorci | Idees presentades vinculades a la sostenibilitat del Consorci | Suma total de les idees presentades per les persones treballadores relacionades amb la sostenibilitat del Consorci | Sostenibilitat - Turisme de Barcelona | Un major número d'idees presentades millora la implicació de les persones treballadores del Consorci en matèria de sostenibilitat interna i d'RSC |

